



قيم المواطنة على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية
للمحتوى المرئي على حسابات تويتر للمؤسسات الحكومية
السعودية أثناء الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢م

عايض بن مرزوق الحربي

أستاذ مساعد

قسم الاعلام، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

جامعة الملك سعود

mas-com@ksu.edu.sa

قيم المواطنة على منصات التواصل الاجتماعي: دراسة تحليلية للمحتوى المرئي على حسابات تويتر للمؤسسات الحكومية السعودية أثناء الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢م

عايض بن مرزوق الحربي

الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على قيم المواطنة المستهدفة تعزيزها في المحتوى المرئي على حسابات تويتر الخاصة بالمؤسسات الحكومية السعودية خاصة في اليوم الوطني الذي يشهد اهتماماً بتعميق مفهوم المواطنة والتعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية، ولتحقيق أهداف الدراسة أجريت دراسة تحليلية على عينة من رسائل المؤسسات الحكومية السعودية المرئية بلغت (١٦٤) رسالة نشرت عبر موقع تويتر وذلك بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها؛ أن أكثر القيم التي تم التركيز عليها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية خلال اليوم الوطني تتمثل في إبراز المنجزات الوطنية والتأكيد على حب الوطن والولاء له، وأن مقاطع الفيديو القصيرة والأغاني والرقصات هي الطرق الأكثر تكراراً في الرسائل التي بثتها المؤسسات الحكومية، وكان التركيز على الجانب العاطفي في الفيديوهات محل الدراسة، ووجود اتساق بين قيم المواطنة في أغلب المحتوى المرئي ونشاط المؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني.

الكلمات المفتاحية: منصات التواصل الاجتماعي؛ قيم المواطنة؛ اليوم الوطني السعودي؛ رؤية المملكة ٢٠٣٠، المسؤولية الاجتماعية.

Citizenship Values on Social Media: An Analytical Study of Visual Content on the Twitter Accounts of Saudi Government Institutions during the Celebration of National Day 2022

Ayedh Marzouq Alharbi

Abstract

The research aims to explore the values of citizenship to be promoted in the visual content of the Twitter accounts of Saudi government institutions especially on the national day, which show interest in deepening the concept of citizenship. It also aims to examine the degree of consistency of the values of citizenship displayed in the visual content of Saudi government institutions during the national day with the national priorities. In order to achieve the objectives of the research, an analytical study was conducted including a sample of (164) visual messages posted on Twitter by Saudi Government institutions on the occasion of the celebration of the National Day in 2022. The study revealed that the most prevalent value in the visual content of government institutions during the national day is to highlight national achievements and emphasize patriotism and loyalty to the fatherland, and that in most visual content, consistency exists between the values of citizenship and the activity of Saudi government institutions during the national day, and that short videos, songs and dances are the most frequent methods in messages broadcasted by government institutions. It was noticed that emphasis was placed on the emotional aspect in the videos that were explored in the study.

Keywords: Social Media Platforms; values of citizenship; Saudi National Day; Vision 2030; Social Responsibility.

يتضح معه أهمية دور المؤسسات الحكومية في نشر قيم المواطنة عبر وسائل الإعلام الجديد للاستفادة من مميزاتها وتفادي الآثار السلبية من استخدامها على المجتمع وتماسكه.

ويعتبر المجتمع السعودي من أكثر المجتمعات تفاعلاً مع وسائل الإعلام الجديدة، ومن أكثرها تأثراً بها، فقد سجلت المملكة العربية السعودية نمواً هائلاً في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ وفقاً لتقرير صادر عن بي بي سي. وتمتلك المملكة العربية السعودية أكبر أسواق وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب المعدل المرتفع لاستخدام الهواتف الذكية، وبحسب إحصائيات موقع "Global Media Insight" يبلغ عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٢٢ نحو ٢٩,٥ مليون مستخدماً بما يعادل ٨٢,٣٪ من سكان السعودية وهو ما يزيد من أهمية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي لتنمية المواطنة.

مشكلة الدراسة

في ظل هذا التطور التكنولوجي الهائل، أمكن الحصول على صداقات وتكوين علاقات اجتماعية عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، حيث كسرت الحواجز المكانية وأتاحت حرية للتعبير دون قيود أو حدود، وفي ضوء هذا الاستخدام الواسع من المجتمع لوسائل الإعلام الجديد بات من الضروري لكل مؤسسات المجتمع وللمؤسسات الحكومية خاصة الاستفادة للحفاظ على تماسك المجتمع من خلال ترسيخ قيم المواطنة وتعزيز الانتماء الوطني والتعريف بالحقوق والواجبات، واتفاقاً مع رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتوجهات المستقبلية لمجتمع المملكة العربية السعودية في تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية، والمحافظة على تراث المملكة الإسلامي والعربي والوطني، لذا تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على قيم المواطنة المستهدفة وتعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خاصة في اليوم الوطني الذي يشهد اهتمام بتعميق مفهوم المواطنة وحب الوطن عبر الرسائل التي تنبث عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية.

أهداف الدراسة

- تحديد قيم المواطنة المستهدفة تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني.
- معرفة درجة اتساق قيم المواطنة في المحتوى المرئي مع نشاط المؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني.
- التعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية.
- الكشف عن الأساليب الفنية المستخدمة في عرض القيم الوطنية في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني.

ينتم العصر الحالي بقفزات تكنولوجية هائلة أدت إلى تغيير في حياة الإنسان بصورة كبيرة، تحول من خلالها العالم لقرية صغيرة سهلة التواصل ولاسيما مع ظهور منصات التواصل الاجتماعي، حيث أمكن مشاركة المعلومات والأفكار والآراء والرسائل وغيرها من المحتوى المكتوب والمرئي والصوتي بين الأفراد.

ومع زيادة استخدام منصات التواصل الاجتماعي التي وصلت إلى ٤,٨ مليار مستخدماً وذلك وفقاً لتقرير (Global Statshot Report) الصادر عن منصة البيانات والتحليلات (DataReportal) الأخير الذي حمل اسم " رؤى رقمية عالمية لعام ٢٠٢٣ " (Kemp, 2023)؛ أخذ استخدام منصات التواصل الاجتماعي منحى جديداً يتجه للتأثير على البناء الاجتماعي للمجتمعات الإنسانية، وفي تعزيز البناء الفكري لدى المواطنين ورفع درجة الوعي لديهم، حيث تقوم بنقل واقعهم وطموحاتهم ومشاكلهم، كما تشمل رصيماً فكرياً يساهم في بناء سلوك المواطنة وتشكيل الهوية الوطنية بأبعاد فكرية وثقافية وتشريعية، وتعد المواطنة بهذا الشكل إطاراً يمكن من خلاله تحقيق غايات الوطن وتنمية موارده، فالمواطنة صفة قانونية ومشاعر وجدانية نحو الوطن، وتتجسد في مجموعة من السلوكيات الإيجابية التي تعبر عن هذا الانتماء، وهي تعتبر فكرة اجتماعية وسياسية تسهم في تطور المجتمع الانساني، وتساعد على ضمان الحقوق والواجبات للمواطنين والدولة (السعيد، ٢٠١٩: ١١٩).

لذا أوصت الدراسات العلمية بتنمية ثقافة المواطنة ومنها دراسة (Mossberger, 2008) على ضرورة نشر ثقافة المواطنة والوعي بحقوق المواطنة وواجباتها، ونشر قيم الحرية والكرامة والمساواة، والاحترام، ودراسة (Gagrcin, 2022) التي توصلت أن المشاركين الإيجابيين عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالمشاركات السياسية والتعليقات يرون أن لهم دوراً فعالاً في مجتمعاتهم وهم أكثر وعياً بحقوقهم وواجباتهم.

وهنا يأتي دور الدولة في تدعيم قيم المواطنة خاصة في ظل المتغيرات العالمية والتحديات الدولية التي يمر بها العالم حيث تشكل قيم المواطنة والانتماء أهمية في الحفاظ على الهوية الحضارية وقوة المجتمع وتماسكه وموارده ومكتسباته، وهو ما أوصت به دراسة (الحمدي، ٢٠٢١) من ضرورة قيام الحكومات بالعمل على حسن استغلال وسائل الإعلام الجديد على اعتبارها وسائل فعالة في التواصل مع المواطنين، و أبرز الوسائل التي يتم استخدامها في توجيه وتشكيل الرأي العام تجاه قضية ما والتأثير فيها بشكل سريع وفعال، فقد بات من الممكن استخدام تلك الوسائل بشكل إيجابي في دعم وتعزيز مبادئ الوطنية في شتى المجتمعات، كما أنه أحياناً يمكن استخدام الوسائل الإعلامية الجديدة بشكل سلبي؛ ويتمثل ذلك في زعزعة تلك المبادئ والقيم وتشتيت الهوية الوطنية فضلاً عن تعزيز قيم التحرر والانفلات من كافة القيود الاجتماعية المرتبطة بالوطن، وهو الأمر الذي

بأنه مواقع الإنترنت التي بإمكان المستخدم إنشائها أو إضافة صفحاتها ومشاركتها مع المستخدمين الآخرين بشكل سهل مثل الانستغرام والواتساب، والفيس بوك وتويتر ويوتيوب (المقدادي، ٢٠١٣: ٢٤).

اليوم الوطني: في ٢٣ سبتمبر من كل عام تحتفل المملكة العربية السعودية باليوم الوطني، وهو اليوم الذي تم فيه توحيد المملكة وتغيير اسمها من مملكة الحجاز ونجد وملحقاتها إلى المملكة العربية السعودية وكان ذلك عام ١٩٣٢، والاحتفال باليوم الوطني يعني تكريس معنى ومفهوم الوحدة الوطنية في نفوس أبناء المجتمع جميعاً، ويأتي الافتخار به واعتباره مناسبة وطنية تسترجع فيها ذكريات تأسيس الوطن، وفرصة لتقوية الترابط بين القيادة والمواطنين.

• المحتوى المرئي: هو شكل من أشكال التواصل الذي يتم من خلال الوسائل البصرية (الصور، الرسوم، الفيديو، الرسوم البيانية والرسوم المتحركة) لنقل الأفكار والمعلومات كما انه يساعد المتلقي على فهم الرساله بشكل أسرع. (Russmann & Svens-son, 2017)

الدراسات السابقة

تعددت الدراسات العلمية التي تناولت موضوع المواطنة وذلك لارتباطها باتجاهات بحثية مختلفة سواء كانت إجتماعية أو قانونية أو سياسية؛ وتم الاستعانة بالدراسات التي تقترب من أبعاد مشكلة الدراسة، وذلك للاستفادة منها فيما توصلت إليه، وكذلك في تحديد المنهجية العلمية والأدوات المناسبة للدراسة، وتم تصنيفها وفق المحورين التاليين:

المحور الأول دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة:

تناولت الدراسات السابقة الدور الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة لدى الأفراد مع الإشارة إلى بعض التأثيرات السلبية الناجمة من انتهاك الخصوصية وانتشار الشائعات وهو ما أكدته كل من دراسة (بوشلاغم، ٢٠١٦) التي هدفت التعرف على إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز المواطنة لدى الطالب الجامعي، وطبيعة التحديات التي تواجه شبكات التواصل الاجتماعي لتعزيز قيم المواطنة، وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها (١٠٠) مفردة من طلاب جامعة جيجل، وتوصلت الدراسة إلى أهمية دور الفيسبوك في تعميق مفهوم المواطنة، وذلك عن طريق المنشورات التي توضح إنجازات الوطن وتزيد من روح المواطنة وغيرها من الوسائل التي من شأنها ترسيخ حب الوطن والانتماء إليه والاعتزاز بالانتماء إليه وبيان حقوق المواطن وواجباته كما يسمح بتعزيز القيم الحسنة من تعاون وتكاتف وتناصح ولأهمية هذا العامل الذي ثبتت فيه تعزيز المواطنة، ودوره في تكوين الشخصية الوطنية، إذ تساهم بدرجة كبيرة في بناء الشخصية الوطنية، عبر المنشورات والإعلانات

- تحديد الاستمالات الموظفة لتعزيز المواطنة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها بالنظر لما تمثله منصات التواصل الاجتماعي من فضاءات تواصلية متعددة تسمح بتدفق المعلومات والآراء بين المستخدمين، كما تستمد الدراسة أهميتها من تناولها لتأثيرات منصات التواصل الاجتماعي علي قيم المواطنة في مجتمع يشهد عمليات تحديث متسارعة، كما أن التحول إلى عصر المجتمعات الرقمية يستدعي فحص قيم المواطنة الرقمية في فضاء التواصل الشبكي بالتطبيق على المجتمع السعودي وهو ما يمنح هذه الدراسة أهمية خاصة بتكثيف اهتمامها في دراسة هذه الزاوية وحدثة الاهتمام البحثي على المستوى الوطني لاستكشاف قيم المواطنة.

أسئلة الدراسة

- ما قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

- ما درجة اتساق قيم المواطنة في المحتوى المرئي مع نشاط مؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

- ما درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية؟

- ما الأساليب الفنية المستخدمة في عرض القيم الوطنية في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

- ما الاستمالات الموظفة لتعزيز المواطنة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

مصطلحات الدراسة

قيم المواطنة: تعرف المواطنة بأنها الحقوق والواجبات التي يفرضها انتماء الفرد إلى مجتمع معين في مكان محدد، كما أنها ترتبط بشعور الفرد نحو مجتمعه ووطنه واعتزازه بالانتماء إليه، واستعداده للتضحية من أجله وإقباله طواعية على المشاركة في أنشطة وإجراءات وأعمال تستهدف المصلحة العامة، وللمواطنة مجموعة من القيم مثل قيمة الانتماء للوطن (الانتماء لكيان ما موجود فيه الفرد ومندمجاً معه) وقيمة الولاء (صله الفرد بمجتمعه والتبعيه له) وقيمة المساواه (الحق في المساواه في التعليم والجنسية). وقيمة التعاون والمشاركة، واحترام الحرية والخصوصية (عكروف، ٢٠٢١: ٩٣).

منصات التواصل الاجتماعي: تعرف بأنها المنصات والمواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين، كما تسمح لهم بإنشاء صفحات خاصة تُعرض بشكل عام للجميع، وتقدم قناة تواصل مع الجميع بشكل عام أو بشكل شخصي عن طريق الرسائل الخاصة، وتتيح للمستخدمين تبادل المعلومات، ويعد مفهوم التواصل الاجتماعي

محاوَر وهي (المعرفة المتعلقة بالمواطنة، المشاركة المجتمعية، المشاركة السياسية، المواطنة العالمية، المواطنة الرقمية) وتطبيقها على عينة مكونة من (١٨٨) مفردة وأظهرت نتائج الدراسة أن مستوى دور شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب جاءت بمستوى كبير في إجمالي محاور الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣,٩٨) كما أشارت النتائج إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في المتوسط العام، وأوصى الباحث بزيادة الاهتمام بتوعية الشباب تجاه التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي.

وسعت دراسة (عواج، ٢٠٢٠) لمعرفة مدى مساهمة شبكة الفيسبوك في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها (١٠٠) مفردة، وتوصلت إلى أن زيادة استخدام الفيسبوك تزيد من الانتماء الوطني لدى الشباب، وبناءً على ذلك أوصت الدراسة بضرورة استغلال الفيسبوك لتعزيز قيم المواطنة من طرف الدولة من أجل غربة ما يعرض عليه من أفكار وآراء وعدم الانسياق وراء الأفكار الهدامة التي تضر بأمن واستقرار المجتمع.

وأوضحت دراسة (Saputra & Siddig 2020) مدى تأثير الأمية التكنولوجية في المجتمعات وبالتحديد في سلوك الأفراد وانتشار الشائعات والكراهية في عصر أصبح المجتمع إما أن يكون فرداً متكيفاً مع التطورات الحديثة ومستخدماً للتقنيات أو على العكس جاهلاً وهو ما قد يتسبب في الاضطراب المجتمعي، وأكدت الدراسة أن محو الأمية الرقمية ضرورة في عصر الاضطراب الاجتماعي فلا يكفي أن تكون متحدثاً حتى تكون مواطناً صالحاً، بل لا بد أن تحسن استخدام التقنية لكي تسهل الأمور الحياتية.

أما دراسة (سيد، ٢٠٢٠) فقامت بعمل دراسة تحليلية لعينة من المقاطع التي تنتجها إدارة الشؤون المعنوية وتبثها على مواقع التواصل الاجتماعي - موقع قناة وزارة الدفاع على اليوتيوب والصفحة الرسمية لوزارة الدفاع على "فيسبوك" ودراسة ميدانية على ٤٠٠ مبحوث من الجمهور المصري، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط دالة إحصائية بين ثقة المتلقي في المعلومات التي تقدمها مقاطع الفيديو التي تنتجها إدارة الشؤون المعنوية وتبثها عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبين زيادة درجة المواطنة.

وسعت دراسة (الشعيل، ٢٠٢١) لدراسة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة السلطان قابوس في سلطنة عمان، وتألفت عينة الدراسة من ٤٩٥، وتوصلت إلى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة و جاءت الفقرة (تمكن من نشر صور عن الوطن) على أعلى متوسط حسابي (٤,٤٤)، وهو من مستوى التأثير الكبير على القيم، وفي المرتبة الثانية فقرة (تساعد في ترويج السياحة للوطن) بمتوسط (٤,٣٠)، وهو تأثير من الدرجة الكبرى حسب آراء أفراد العينة على قيم المواطنة، وفقرة تساهم في التعبير عن الآراء والمقترحات في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (٤,١٧)، وفي هذا دلالة على أن شبكات التواصل

الهادفة إلى نشر ثقافة المواطنة والدعوة إلى التمسك بالانتماء الوطني والقومي واحترام التعددية السياسية، الاجتماعية، الفكرية) كعامل قوة يضمن وحدة المجتمع وتماسكه وتشجيع ثقافة الحوار بين أفراد المجتمع، وبين كل من شأنه تحصيلهم في وجهة تحديات كعرض أناشيد وطنية وكذلك سلسلات وثائقية (الثورة الجزائرية) التي تلعب دوراً في تعزيز قيم المواطنة، ولكن بالرغم من هذه الإيجابيات إلا أن هذا لا يخلو من أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي أثر بالسلب على المواطنة كضعف الأمان والخصوصية.

ودراسة (صفرار، ٢٠١٧) التي سعت لمعرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٧٧ مفردة وتوصلت إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي ومن خلال ما نشره عبر تطبيقاتها وبمختلف أنماطها قد عززت قيمة الأخوة بين المواطنين، وأكدت على الوحدة الوطنية بين أفراد المجتمع العماني، كما بينت الدراسة أن من أبرز شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي التي تعمل على ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني هي تويتر (Twitter) والفيس بوك (Face book) يليهما الـ (وتس أب Whatsapp) التي رسخت قيم الولاء للوطن والدفاع عنه وحق المشاركة السياسية والانتخاب.

كما أكدت دراسة (البراشدية والظفري، ٢٠١٨) أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثيرات إيجابية على قيم المواطنة تفوق التأثيرات السلبية في دراستهما التي شملت ٥٥٠ طالباً من جامعة السلطان قابوس في سلطنة عمان.

كما سعت عدد من الدراسات للتعرف على طبيعة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمواطنة منها دراسة (منصر، ٢٠١٨) التي تناولت الدور الذي تلعبه مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت أداة الاستبيان الإلكتروني أداة لجمع البيانات، وتمثلت عينة الدراسة الميدانية في ٣٧٧ مفردة، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج منها؛ أن موقع الفيسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً من طرف الشباب عينة الدراسة، إن أهم دوافع استخدام عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية هو سهولة البحث عن المعلومات المختلفة إضافة إلى كونها بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية الأخرى، وتوصلت إلى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إجابات المبحوثين حول تقدير دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة تعزى للسماة الشخصية للمبحوثين (الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي).

كما تناولت دراسة (السعيد، ٢٠١٩) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز أبعاد المواطنة لدى الشباب بسلطنة عمان، واختبار دلالة الفروق بين متوسطات الدور وفقاً لمتغير النوع، استخدام أداة الاستبانة مكونة من (٤٩) عبارة موزعة على خمسة

الأخبار هم الأكثر تعبيراً عن الآراء السياسية عبر الإنترنت، التي بدورها تشجع مشاركتهم في الأنشطة المدنية، حيث تساهم وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط في التعبير السياسي في مجال الإنترنت ولكن أيضاً في المشاركة السياسية الفعلية والتي تتعدى إطار الواقع الافتراضي.

المحور الثاني وسائل التواصل الاجتماعي والمواطنة بالمملكة العربية السعودية:

هدفت دراسة (الحربي، ٢٠١٦) التعرف على درجة إسهام بعض شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بالرياض، وتوصلت الدراسة إلى أن موقع Snap Chat يساهم في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وأن موقعي Snap Chat و Twitter أضاف للطالبات مهارات تكنولوجية تتمثل في سرعة النشر والتعبير والحرية في إبداء الرأي وسرعة التواصل مع العالم الخارجي، وفي ضوء نتائج الدراسة أوصت الباحثة باستخدام موقعي Chat Snap و Twitter في تعزيز مفهوم المواطنة.

وتوصلت دراسة (الزامل، ٢٠١٧) عن تأثيرات التواصل داخل المواقع المختلفة للمجتمع الافتراضي على قيم المواطنة لدى الشباب في الجامعات السعودية، أن المتوسط العام لأثر استخدام الشباب السعودي لمواقع المجتمع الافتراضي في إكساب قيم المواطنة كانت بنسبة ٧٩,٨٪، وأن إكساب القيم التي تدعم الهوية الوطنية كانت أعلى القيم من منظور عينة البحث بنسبة أعلى من المتوسط العام التي وصلت إلى ٨٤,٣٪ وجاء أثر مواقع التواصل الاجتماعي في إكساب الوعي بالحقوق والواجبات في المرتبة الثانية، كما أثبتت الدراسة الفرض القائل إنه توجد علاقة طردية بين تعدد الأجهزة التي يستخدمها الشباب السعودي المواقع التواصل الاجتماعي وتقديرهم وأثر مواقع التواصل في دعم قيم المواطنة لديهم.

وسعت دراسة (السلمي، ٢٠٢٠) للتعرف على تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السعودي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وأداة الاستبيان الإلكتروني على عينة قدرت ب ٤٠٠ مفردة من الشباب قاطني مدينة جدة، وخلصت الدراسة بمجموعة من النتائج منها أن أكثر دوافع استخدام الشباب السعودي (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي هو الشعور بالوحدة، كما كشفت الدراسة عن معارضة الشباب السعودي في مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين شعور المواطنة الكونية لديهم، وبينت الدراسة أن استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي جعلهم يرفضون فكرة مظاهر التعصب القبلي والجهوي، مؤمنين أكثر بوحدة الوطن ولحمته، وأظهرت الدراسة عن عدم مساهمة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تحريض الشباب على الفوضى وزعزعة الاستقرار، وأن استخدام الشباب لهذه المواقع ساهم في زيادة الفخر والانتماء لهذا الوطن بنسبة (٧٩,٢٪).

الاجتماعي لها تأثير قوي على قيم المواطنة كما يرى أفراد العينة، وخاصة في محور الانتماء إلى الوطن، وفي فقرة تمكن من نشر صور عن الوطن.

واستهدفت دراسة (عبدالهادي، ٢٠٢١) دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي ومعرفة أبرز القضايا التي يحرصون على متابعتها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وذلك من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب السيناوي بين عمر ١٨-٣٥ من محافظات ومدن شمال وجنوب سيناء، ومن نتائج الدراسة أن موقع ال- Face book في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمدون عليها بنسبة ٨٥,٧٪ يحرص الشباب السيناوي على متابعة مختلف قضايا المواطنة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، فجاءت حرية الانتماء السياسي للأحزاب المختلفة في المركز الأول بنسبة ٤٨,٢٪، بينما في المركز الثاني المساواة والعدالة الاجتماعية في الحقوق بنسبة ٤٧,٨٪.

وقامت دراسة (الديجاني، ٢٠٢٢) بالتعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الكويتي من خلال تحديد استخدامات الشباب لشبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة، وتحديد تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الانتماء بإجراء دراسة ميدانية على عينة قوامها ٣٠٠ مفردة، وتوصلت إلى دور مواقع التواصل الاجتماعي في المحافظة على الهوية من خلال تأكيد التضحية في سبيل الحفاظ على الوطن، ودعم الولاء للوطن، كما تبرز الجوانب الإيجابية في الوطن حيث تعرض الإنجازات والاستقرار والحياة الكريمة التي يعيشها المواطن الكويتي، وتنمي قيم مثل الولاء الجماعية والالتزام والديمقراطية والحقوق والواجبات.

وعرضت دراسة (غباشي، ٢٠٢٢) لواقع المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي في ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠ من خلال دراسة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة، وتوصلت أن صفة يحترم الثقافات والمجتمعات في البيئة الرقمية، وصفة يحمي نفسه من المعتقدات الفاسدة التي تنشر عبر الوسائط التكنولوجية في مقدمة صفات المواطن الرقمي من وجهة نظر الشباب الجامعي (عينة الدراسة) بنسبة (٨١,٨٪) لكلا منهما، وأن هناك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب الجامعي للأجهزة الرقمية والتقنيات الحديثة للتعرف على رؤية مصر ٢٠٣٠ وواقع المواطنة الرقمية لديهم من حيث الوصول "النفاذ" الرقمي والتواصل الرقمي والتجارة الرقمية، والأمن الرقمي "الحماية الذاتية"، ومحو الأمية الرقمية "الثقافة الرقمية"، واللياقة الرقمية "الإتيكيت الرقمي" والقوانين الرقمية الحقوق والمسئوليات الرقمية.

وقامت دراسة (Guo & Chen, 2022) بإجراء دراسة ميدانية على ١١٩٩ من البالغين الصينيين الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت أن المبحوثين الأكثر اطلاعاً على

التعليق على الدراسات السابقة:

- أكدت الدراسات السابقة على الدور الإيجابي لوسائل التواصل الاجتماعي على ترسيخ قيم المواطنة وترسيخ حب الوطن والانتماء إليه والاعتزاز بالانتماء إليه وبيان حقوق المواطن وواجباته، والمحافظة على الهوية والتأكيد على التضحية في سبيل الحفاظ على الوطن، وهو ما توصلت إليه كلا من دراسة (بوشلاغم، ٢٠١٦)، و(صفرا، ٢٠١٧)، و(دراسة الشعيلي، ٢٠٢١)، و(عبدالهادي، ٢٠٢١)، و(الديجاني، ٢٠٢٢).

- تناولت الدراسات الآثار السلبية التي نجمت من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الشائعات والتعرض لمعلومات غير موثوقة وضعف الأمان والخصوصية كما في دراسة (بوشلاغم، ٢٠١٦)، و(العتيبي، ٢٠٢٢) إلا أن شبكات التواصل الاجتماعي لها تأثيرات إيجابية على قيم المواطنة تفوق التأثيرات السلبية وهو ما أكدته دراسة (البراشدية والظفري، ٢٠١٨).

- بينت الدراسات التي تم تطبيقها على المجتمع السعودي الدور الإيجابي لمواقع التواصل الاجتماعي على المواطنة وترسيخ مفهومها ودعم قيمها ومنها داسة كل من (الحربي، ٢٠١٦)، و(الزامل، ٢٠١٧)، و(السلمي، ٢٠٢٠)، و(الحمدي، ٢٠٢١)، و(العسيري، ٢٠٢١)، و(الأحمدي، ٢٠٢٢).

- انتمت الدراسات السابقة إلى الدراسات الوصفية التي غلب عليها استخدام منهج المسح، وأداة الاستبيان ما عدا دراسة (سيد، ٢٠٢٠) التي قامت بعمل دراسة تحليلية لعينة من المقاطع التي تنتجها إدارة الشؤون المعنوية المصرية وتبثها على مواقع التواصل الاجتماعي.

- أوصت دراسة كل (السعيد، ٢٠١٩)، (عواج، ٢٠٢٠)، Sapu- Siddig (2020) و(الأحمدي، ٢٠٢٢) بزيادة الاهتمام بتوعية الشباب تجاه التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي، وضرورة استغلال مواقع التواصل لتعزيز قيم المواطنة من طرف الدولة من أجل غربة ما يعرض عليه من أفكار وآراء وعدم الانسياق وراء الأفكار الهدامة التي تضر بأمن واستقرار المجتمع.

الإطار النظري:

- نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility Theory: أكد دينيس ماكويل "McQuail" من أن الأسس الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية تتمثل في أن وسائل الإعلام مسؤولة تجاه المجتمع لكي تكتسب ثقة الجمهور، وتحصل على اعتبارها في المجتمع، وذلك من خلال تحرى الدقة والمصداقية والموضوعية والتوازن، فضلاً عن الالتزام بالحرية في ضوء مجموعة من مبادئ الشرف الأخلاقية والقوانين والتشريعات والقيم المهنية وذلك من أجل تحقيق المصلحة العامة فوسائل الإعلام الحرة المسؤولة هي التي تضطلع بعدد من المسؤوليات تجاه الفرد والمجتمع وهي تسليط الضوء على القضايا الهامة، وتثقيف المواطنين، وإقامة التواصل بين الناس (عبدالحميد، ٢٠٠٠: ٢٤).

وتناولت دراسة (الحمدي، ٢٠٢١) أثر المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية، من خلال دراسة ميدانية على ٦٠٠ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن هناك تأثير إيجابي طردي للمحتوى الإعلامي الجديد واتجاهات المجتمع السعودي نحو مبادئ الوطنية.

وكذلك تناولت دراسة (العسيري، ٢٠٢١) دور المنصات الرقمية في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات وتحديد المعوقات التي تحد من ممارسة المنصات الرقمية لدورها في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات، باستخدام أداة الاستبيان التي تم توزيعها على (١٠٠) طالب وطالبة من كلية العلوم الانسانية بقسم الاعلام والاتصال بجامعة الملك خالد بمدينة أبها، وتوصلت الدراسة إلى وجود فرق ذي دلالة إحصائية في دور المنصات الرقمية في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات يعزى لتغير السنة الدراسية الرابعة، وتبين عدم وجود فرق ذو دلالة إحصائية لتغير الجنس أو النوع، ومتغير عدد مرات تصفح مواقع الإنترنت المختلفة، ومتغير عدد ساعات استخدام المنصات الرقمية في اليوم الواحد.

أما دراسة (الأحمدي، ٢٠٢٢) فتناولت درجة تعزيز جامعة الملك عبد العزيز لأبعاد قيم المواطنة الرقمية من خلال المحاور التالية: احترام النفس واحترام الآخرين، وتعليم النفس والتواصل مع الآخرين، وحماية النفس وحماية الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر)، وذلك بتحليل تغريدات حساب الجامعة علي تويتر وبعض كلياتها وعمادة تقنية المعلومات عينة الدراسة في الفترة من ٢٠٢١/٨/١ إلى ٢٠٢١/٣/٣١، وأوصت الدراسة بأهمية توعية الطلبة وتعزيز قيم المواطنة الرقمية فيما يتعلق بموثوقية المحتوى المتوفر على المنصات الإلكترونية، ولا سيما مع كثرة ما يتم بثه من شائعات ومعلومات مغلوبة في جميع الجوانب، قد يكون لها الأثر السيء على استقرار المجتمع، أو مشاركة الطلبة في نشرها دون التحقق من سلامتها.

وهدفت دراسة (العتيبي، ٢٠٢٢) التعرف على طبيعة تعرض السعوديين لمنصات التواصل الاجتماعي ومعرفة الآثار الإيجابية والسلبية على قيم المواطنة الرقمية لديهم لذلك التعرض بمشاركة ٦١٠ مبحوثاً منهم (٥٥,٤٪) ذكور، و (٨٣,٢٪) يحملون مؤهل جامعي وأكثر، ومعظم المشاركين من الفئة العمرية بين ٢٠ و ٤٠ عاماً، وأظهرت الدراسة أن السناج شات، تويتر، واليوتيوب أكثر المنصات التي يتعرض لها السعوديون، وأظهرت الدراسة أن التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي يؤثر على قيم المواطنة الرقمية. وكانت أبرز الآثار الإيجابية للتعرض تمكن المستخدم من الوصول للمحتويات المنصات الاجتماعية عبر أجهزة مختلفة وكذلك التعلم وتعليم الآخرين والاجتماع وتبادل المعلومات مع المستخدمين الآخرين، أما أبرز الآثار السلبية للتعرض لمنصات التواصل الاجتماعي جاءت تعرض من هم دون الـ ١٨ عاماً لمضامين متطرفة وسيئة وسهولة الوصول للمواقع التي تنشر الشائعات الوصول المواد واقع التي تنتشر الشائعات والتعرض لمنتجات تجارية غير موثوقة.

ويمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية للإعلام الجديد على إنها: ضرورة التزام الوسائل الرقمية ومن يستخدمها بمواثيق الشرف الاعلامي والتشريعات الاخلاقية المصاحبة لها في قيامهم بواجباتهم تجاه المجتمع بكافة فئاته، والموازنة بين الحرية المنوحة لوسائل الإعلام الجديد وللأفراد وبين احتياجات المجتمع المدني، وضرورة إيجاد المواثمة بين أخلاقيات الوسيلة والتزامها تجاه المجتمع (باعامر، ٢٠٢٢: ٢٨٣).

ومن هذا المنطلق تستفيد الدراسة الحالية من نظرية المسؤولية الاجتماعية في بيان طبيعة المسؤولية الاجتماعية التي تلتزم بها المؤسسات الحكومية ودورها في مجتمعها من خلال التعرف على مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المؤسسات الحكومية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السعودي، والتعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية.

الإطار المعرفي:

- المواطنة: المواطنة في اللغة مأخوذة من الوَطَنَ، وَالْوَطْنَ: الْمَنْزِلُ تُقِيمُ بِهِ، وَهُوَ مَوْطِنٌ وَمَحَلُّهُ، وَالْجَمْعُ أَوْطَانٌ. وَأَوْطَانُ الْعَنَمِ وَالْبَقَرِ: مَرَابِضُهَا وَأَمَاكِنُهَا الَّتِي تَأْوِي إِلَيْهَا، يُقَالُ أَوْطَنْتُ الْأَرْضَ وَوَطَنْتُهَا تَوْطِينًا وَاسْتَوْطَنْتُهَا أَي اتَّخَذْتُهَا وَطَنًا (ابن منظور، ١٩٨٩: ٤٥١).

وقد عُرفت المواطنة في الموسوعة البريطانية (Britannica) بأنها علاقة بين الفرد والدولة يدين بموجبها الفرد بالولاء لتلك الدولة مقابل قيام الدولة بتأمين الحماية له، وما تتضمنه هذه العلاقة من واجبات وحقوق تنص عليها القوانين (جندية، ٢٠٢١: ٥٩٥).

فالمواطنة هي حب الوطن في إشارة واضحة لمشاعر الحب والارتباط بالوطن وما ينبثق عنها من استجابات عافية فالمواطنة؛ هي صفة المواطن التي تحدد حقوقه وواجباته الوطنية، وهذا من خلال التربية الوطنية، كما تتميز بنوع من الولاء للمواطن لوطنه وخدمته له، في أوقات السلم والحرب والتعاون مع المواطنين الآخرين عن طريق العمل المؤسسي والفردى والرسمي، التطوعي في تحقيق الأهداف التي يصبو لها الجميع وتوحد من أجلها الجهود وترسم الخطط وتوضع الموازنات (عيشور، ٢٠١٢: ٩٤). ومن الأسس التي تقوم عليها المواطنة (عبدالحى، ٢٠١٨: ٣٤):

- الانتماء: ويتحقق هذا الأساس بوجود علاقة بين أفراد المجتمع مع بعضهم البعض وتشكل هذه العلاقات علاقة المواطنة، فضلا عن المشاركة في الحياة العامة، وهي تعني أن مشاركة المواطنين في الحياة العامة لا تتم إلا في ظل حرية الفكر والتعبير وحرية الانتماء والنشاط السياسي والنقابي، وفي إطار من الديمقراطية التي يكون فيها الشعب هو صاحب السيادة ومصدر لجميع السلطات، وبالتالي فإن الدخول إلى جميع المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية يجب أن يكون متاحاً لجميع المواطنين دون تمييز.

- الولاء للوطن: وهو يعني شعور كل مواطن بأنه معني بخدمة الوطن، ويعمل على تنميته والرفع من شأنه، ويقع عليه حماية مقوماته الدينية واللغوية والثقافية والحضارية، كما يعني الشعور بالمسؤولية عن المشاركة في تحقيق النفع العام، والالتزام باحترام نظم علاقات المواطنين فيما بينهم، وعلاقتهم بمؤسسات الدولة والمجتمع، واحترام حقوق وحرية الآخرين، وسيادة القانون، وإعلاء مصالح الوطن، وهذا الأمر لا يقتصر على المقيمين داخل حدود الدولة بل يمتد ليشمل مواطنيها خارج حدودها، حيث يبقى في وجدان وضمير وسلوك كل مواطن الالتزام به، لأن مغادرة الوطن لا تعنى التحلل من واجباته تجاه الوطن

ويتمتع المواطن السعودي بمجموعة من الحقوق التي بنت المملكة العربية السعودية نظامها عليه من أبرزها (كنساره، ٢٠٢١: ٣٠١):

- ١- تقديم المساعدة للمواطن وأسرتة في حالة الطوارئ والمرض والعجز والشيخوخة ودعم النظام الاجتماعي.
- ٢- توفير الرعاية الصحية للمواطنين السعوديين والمقيمين بالسعودية.
- ٣- العمل على حماية حقوق المواطنين السعوديين طبقا للشريعة الإسلامية، والحكم بالعدل والشورى والمساواة.
- ٤- تسهيل فرص العمل ووضع أنظمة تحمي العامل وصاحب العمل.
- ٥- توفير الأمن للجميع ومنع تقييد تصرفات أحد أو توقيفه إلا بموجب أحكام النظام.

ومن واجبات المواطن السعودي:

١. الانتماء للوطن ومحبتة وإعمارها والدفاع عنه بما يحقق وحدته.
٢. الولاء لولي الأمر من خلال طاعته وتوقيره والوفاء له بالعهد.
٣. أداء الواجبات والمسئوليات الوطنية من خلال احترام الأنظمة والمحافظة على المنشآت والمرافق العامة والخاصة.
٤. الاعتزاز بالوطن والافتخار به عن طريق الاعتزاز بالدين الإسلامي، وخدمة الحرمين الشريفين والمسلمين، وكذلك الاعتزاز برموز الوطن واللغة العربية فضلا عن الاعتزاز بتراث الوطن وثقافته وإرثه الحضاري.

وقد صيغت أهداف رؤية المملكة ٢٠٣٠ على ثلاثة محاور رئيسية كما يلي) مجتمع حيوي، اقتصاد مزدهر، وطن طموح) ويندرج تحت المحور الأول ثلاثة محاور فرعية، فتهدف الرؤية لتحقيق مجتمع حيوي ذي قيم راسخة، وبيئة عامرة وبنیان متين (وثيقة رؤية المملكة ٢٠٣٠).

وبناء على ماسبق من خلال الدراسات السابقة والإطار النظري والمعرفي يمكن بلورة منهجية الدراسة كالتالي:

تستهدف هذه الدراسة التعرف على قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خاصة في اليوم الوطني، والتعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية لذا تتطلب طبيعة هذه الدراسة توظيف المنهج المسحي وذلك لأنه يتميز باستهدافه الحقائق بتفاصيلها الدقيقة عن واقع الظاهرة التي تدرس مما يمكن الباحث من تقديم وصف للظاهرة محل الدراسة، من خلال مسح المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية في اليوم الوطني باستخدام أداة تحليل مضمون لرسائل المؤسسات الحكومية المرئية في المملكة العربية السعودية بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢.

صدق وثبات أداة التحليل

صدق المحكمين: هدفت هذه الخطوة الى التأكد من صلاحية الاستبانة ومدى ملاءمتها لأغراض البحث ولتحقيق ذلك تم عرضها على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة المنهجية والعلمية في ميدان علم الاعلام وذلك قبل التطبيق بهدف توجيه الباحث لمواطن الضعف والقصور من حيث محتوى الاستبانة صياغة وأسلوباً، ولقد استفاد الباحث من جمع الملاحظات التي أباها المحكمون وقام بإعادة صياغة الأداة بناء على ملاحظتهم واقتراحاتهم، وانتهت الاستبانة لعدد من الفئات الخاصة:

- بالمعلومات الأساسية عن الفيديوهات عينة الدراسة: (عدد الفيديوهات الخاصة باليوم الوطني بقنوات المؤسسات الحكومية السعودية عبر اليوتيوب- نوع الفيديوهات- طبيعة الموضوعات التي تناولتها الفيديوهات- طريقة العرض).
- بدور شبكات التواصل في ترسيخ قيم المواطنة.

ثبات التحليل: تم التأكد من ثبات التحليل في هذه الدراسة من خلال تدريب مساعد للباحث (coder) من أصحاب الخبرة. وتم اختيار عينة عشوائية بغرض مقارنتها بينه وبين الباحث وباستخدام معادلة اقترحها هولستي (Holsti) لتحديد درجة الثبات في دراسات تحليل المضمون وأفضت هذه المعادلة إلى نسبة توافق وصلت إلى ٩٠٪، كما هو موضح أدناه.

حساب معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي Holsti

طبق الباحث معادلة معامل الثبات لهولستي على العينة الاستطلاعية

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2n}{n_1 + n_2} = \frac{36}{20 + 20} = \frac{36}{40} = 90\%$$

حيث $n_1 =$ عدد الحالات التي اتفق عليها المرزمان

$n_2 =$ عدد الحالات التي رمزها الباحث في الاسبوع الأول

$n_3 =$ عدد الحالات التي رمزها الباحث بعد اسبوعين

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف وتحليل وتفسير البيانات التي تم الحصول عليها من خلال التعرف على قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خاصة في اليوم الوطني الذي يشهد اهتمام بتعميق مفهوم المواطنة وحب الوطن عبر الرسائل التي تنبث عبر منصات التواصل الاجتماعي، والتعرف على درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية.

مجتمع وعينة الدراسة

تم تحديد مجتمع الدراسة في مواقع التواصل التي تستخدمها المؤسسات الحكومية والمتمثلة في الوزارات والهيئات الحكومية، وتم تحديد العينة بالإنتاج المرئي الذي بثته هذه الجهات الحكومية على موقع تويتر وذلك بطريقة الحصر الشامل اذ بلغ عدد رسائل المؤسسات الحكومية السعودية المرئية (١٦٤) رسالة التي تم نشرها عبر موقع تويتر وذلك بمناسبة الاحتفال باليوم الوطني لعام ٢٠٢٢م

وموقع تويتر: هو أحد أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقدم لمستخدميه خدمة التدوين المصغر التي تمكنهم من إرسال تغريدات عن حالتهم أو أحداث حياتهم أو إبداء آرائهم في القضايا المختلفة بحد أقصى ١٤٠ حرف في التغريدة الواحدة، ولقد ظهر ذلك الموقع خلال عام ٢٠٠٦م كمشروع تطويري بحثي قامت بإجرائه شركة Odeo الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، ومن ثم تم إطلاقه بشكل رسمي في أكتوبر ٢٠٠٦م. ويتميز موقع تويتر بأنه يسمح بعدد محدود من الحروف وبالتالي فإنه لا يعطي مجالاً للثرثرة أو الحديث المسهب، كما أنه يتميز بالسرعة في نشر الأخبار على الإنترنت، ولكن يُعاب عليه أنه لا يعتبر مجالاً فسيحاً من أجل إنشاء العلاقات الاجتماعية بسبب مساحته المحدودة، كما أنه يعتبر أسرع منصة لترويج الإشاعات وانتحال الشخصيات وأصبح متوفر باللغة العربية من مارس، ٢٠١٢ (الحمدي، ٢٠٢١: ١٦٥).

وعن أسباب اختيار موقع تويتر لتطبيق الدراسة عليه:

- يبلغ عدد مستخدمي تويتر حوالي ٢٢٩ مليون مستخدم نشط يومياً وذلك وفقاً لأحدث تقرير لأرباح المستثمرين نشرته شركة تويتر لعام ٢٠٢٢، وهو ما يجعل تويتر أحد أكثر التطبيقات الاجتماعية شعبية في العالم، وتحل السعودية المركز الأول عربياً والتاسع عالمياً لأكثر الدول استخداماً لهذه المنصة حوالي ١٤,٥ مليون مستخدم لعام ٢٠٢٢ حسب إحصائيات تويتر.

- كما أكدت عدد من الدراسات تأثير موقع تويتر على المستخدمين السعوديين في تعزيز المواطنة ومنها دراسة (الحربي، ٢٠١٦) و (الأحمدي، ٢٠٢٢) و(العتيبي، ٢٠٢٢).

وتشير بيانات الجدول أعلاه أن قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية خلال اليوم الوطني كانت تتمثل في إبراز المنجزات الوطنية كما في الشكل رقم (١)، والتأكيد على حب الوطن والولاء له بنسبة (٦٥,٩، ٦٤,٦) بالترتيب، أما تعزيز قيمة الأخوة بين المواطنين، التركيز على التاريخ المشترك، التذكير بالثقافة الوطنية، التأكيد على قيم التكافل، تذكير المواطن بخيرات الوطن والمحافظة عليها، احترام القيم المجتمعية والدينية والسياسية، إبراز التراث الوطني، فكانت تظهر بسيط ويغلب على الفيديوهات أنها لا تظهر لهم قيمة من قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني، ونلاحظ تتداخل هذه القيم بشكل كبير في المادة الواحدة، وأحياناً قد تظهر القيمة في جزء بسيط من المادة من خلال اللقطات (كقيمة إبراز المنجزات الوطنية) أو بيت في قصيدة مغناة (كقيمة تذكير المواطن بخيرات الوطن والمحافظة عليها) ، إلا أن الملاحظ هو ارتباط نوعية القيم التي تركز عليها الجهات باختلاف نشاطاتها، فعلى سبيل المثال لاحظت أن (تعزيز قيمة الاخوة بين المواطنين) تظهر بشكل أكبر في رسائل الجهات ذات النشاط الأمني والعسكري كما في الشكل (٢)، بينما قيم الثقافة الوطنية والتراث والتاريخ تظهر في معظم رسائل الجهات ذات النشاط التثقيفي والسياحي كما في الشكل (٣) و (٤) وتظهر أيضاً في رسائل الجهات ذات النشاط الاقتصادي والتنموي من منطلق الجانب التاريخي للعيد الوطني مرور ٩٢ عاماً على توحيد المملكة.

شكل (١): يوضح الاهتمام بعرض المنجزات الوطنية



وبعد تطبيق القانون وجد الباحث النسبة ٩٠٪ أي ان الباحث اتفق على الترميز بعد المدة الزمنية بنسبة ٩٠٪ مما يدل على ثبات قوي للبيانات ويدعم صحة النتائج لتحليل العينة الكاملة.

المعالجات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

وتمت معالجة الدراسة بعد الانتهاء من ترميز التغريدات، وذلك بإدخالها إلى البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS V25، حيث تم إجراء ترميز لتغيرات أداة الدراسة، وللإجابة عن أسئلة الدراسة، استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

١. معامل الثبات باستخدام معادلة هولستي Holsti للتحقق من ثبات الأداة

٢. التكرارات والنسب المئوية لتغريدات المادة الصحفية Frequency Percentage & تستخدم التكرارات والنسب المئوية لوصف العينة وغالباً ما نحتاجها في وصف عينة الدراسة أو وصف بشكل عام للدراسة.

نتائج الدراسة:

التساؤل الأول: ما قيم المواطنة المستهدف تعزيزها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

جدول رقم (١): التوزيع التكراري وفقاً لقيم المواطنة

| قيم المواطنة | تظهر القيمة | | لا تظهر القيمة | |
|--|-------------|------|----------------|------|
| | ك | % | ك | % |
| تعزيز قيمة الأخوة بين المواطنين | ١٦ | ٩,٨ | ١٤٨ | ٩٠,٢ |
| التركيز على التاريخ المشترك | ٤٨ | ٢٩,٣ | ١١٦ | ٧٠,٧ |
| التذكير بالثقافة الوطنية | ٤٤ | ٢٦,٨ | ١٢٠ | ٧٣,٢ |
| التأكيد على قيم التكافل | ٢١ | ١٢,٨ | ١٤٣ | ٨٧,٢ |
| إبراز المنجزات الوطنية | ١٠٨ | ٦٥,٩ | ٥٦ | ٣٤,١ |
| التأكيد على حب الوطن والولاء له | ١٠٦ | ٦٤,٦ | ٥٨ | ٣٥,٤ |
| تذكير المواطن بخيرات الوطن والمحافظة عليها | ٤٦ | ٢٨,٠ | ١١٨ | ٧٢,٠ |
| احترام القيم المجتمعية والدينية والسياسية | ٤٢ | ٢٥,٦ | ١٢٢ | ٧٤,٤ |
| إبراز التراث الوطني | ٣٥ | ٢١,٣ | ١٢٩ | ٧٨,٧ |
| المجموع | ٤٦٦ | | ١٠١٠ | |

شكل (٢): يوضح تعزيز قيمة الاخوة بين المواطنين
المرئي مع نشاط لمؤسسات الحكومية السعودية خلال
اليوم الوطني؟

جدول رقم (٢): التوزيع التكراري وفقاً لدرجة اتساق قيم المواطنة

| التكرارات والنسب المئوية | | درجة اتساق قيم المواطنة |
|--------------------------|------|-------------------------|
| ك | % | |
| ١٢٦ | ٧٦,٨ | يتسق |
| ٣٨ | ٢٣,٢ | لا يتسق |
| ١٦٤ | ١٠٠% | المجموع |

يتضح من بيانات الجدول أعلاه أن معظم الرسائل تتسق مع الأنشطة بنسبة تقارب (٧٧٪)، والباقي لا يتسق مع تلك الأنشطة بنسبة (٢٣٪). ويمكن تفسير هذه النتيجة من خلال ارتباطها بالنتائج التالية:

جدول رقم (٣): التوزيع التكراري وفقاً لنوع نشاط المؤسسة الحكومية

| التكرارات والنسب المئوية | | نوع نشاط المؤسسة الحكومية |
|--------------------------|------|---------------------------|
| ك | % | |
| ٣٦ | ٢٢,٠ | خدماتي |
| ٣ | ١,٨ | إرشادي |
| ٤ | ٢,٤ | توعوي |
| ٢٩ | ١٧,٧ | تثقيفي وتعليمي |
| ١٣ | ٧,٩ | أمني وعسكري |
| ٦ | ٣,٧ | رياضي |
| ٤٩ | ٢٩,٩ | اقتصادي |
| ٣ | ١,٨ | سياسي |
| ٥ | ٣,٠ | ترفيهي |
| ٨ | ٤,٩ | حقوقى |
| ٨ | ٤,٩ | بيئي |
| ١٦٤ | ١٠٠% | المجموع |

تشير بيانات الجدول أن أغلب أنشطة المؤسسات الحكومية كانت عبارة عن مؤسسات اقتصادية بنسبة تقارب الـ (٣٠٪)، تلاها المؤسسات الخدمية بنسبة (٢٢٪)، ثم المؤسسات التثقيفية والتعليمية بنسبة تقارب (١٨٪)، وأخيراً بنسبة لا تتعدى (٢٪) لصالح المؤسسات الإرشادية والسياسية، وهو ما يتفق مع نتائج الجدول رقم (٨) الذي يوضح أن أكثر الموضوعات التي تناولتها الفيديوهات هي الموضوعات الاقتصادية والتنموية بنسبة تقارب (٢٩٪)، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (١٥٪) تقريباً وكانت هذه الموضوعات تتنوع في الرسائل التي بثتها الجهات الحكومية

شكل (٢): يوضح تعزيز قيمة الاخوة بين المواطنين



شكل (٣): يوضح قيم الثقافة الوطنية



شكل (٤): يوضح الاهتمام بإبراز التاريخ والتراث



تركز عليها المؤسسات الحكومية تبعاً لنشاط المؤسسة، فعلى سبيل المثال: بعض الجهات ذات النشاط التعليمي والثقافي اتسقت مع محتوى الكثير من موادها مع أولوية تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية وزيادة معدلات التوظيف، بينما الجهات ذات النشاط الخدماتي اتسقت مع محتوى رسائلها مع أولويات تمكين حياة عامرة وصحية وتعزيز المسؤولية المجتمعية، بمعنى أن بعض الأولويات تتسق مع رسائل مؤسسات حكومية معينة أكثر من غيرها تبعاً لنشاط هذه المؤسسة.

التساؤل الثالث: ما درجة اتساق قيم المواطنة المعروضة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني مع الأولويات الوطنية؟

جدول رقم (٥): التوزيع التكراري وفقاً لدرجة اتساق المواطنة مع الأولويات الوطنية

| لا يتسق مع المحتوى | | يتسق مع المحتوى | | درجة اتساق المواطنة مع الأولويات الوطنية |
|--------------------|------|-----------------|------|--|
| ك | % | ك | % | |
| ٩٨ | ٥٩,٨ | ٦٦ | ٤٠,٢ | تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية |
| ٨٩ | ٥٤,٣ | ٧٥ | ٤٥,٧ | تمكين حياة عامرة وصحية |
| ١٤١ | ٨٦,٠ | ٢٣ | ١٤,٠ | تنمية وتنوع الاقتصاد |
| ١٥٥ | ٩٤,٥ | ٩ | ٥,٥ | زيادة معدلات التوظيف |
| ١١٥ | ٧٠,١ | ٤٩ | ٢٩,٩ | تعزيز فاعلية الحكومة |
| ١٣١ | ٧٩,٩ | ٣٣ | ٢٠,١ | تمكين المسؤولية الاجتماعية |
| ٧٢٩ | | ٢٥٥ | | المجموع |

كما تشير بيانات الجدول لعدم وجود اتساق في أولويات الرؤية بشكل كبير مع الرسائل التي بثتها المؤسسات الحكومية بمناسبة الاحتفال بالعيد الوطني، وجاءت في مقدمتها وبنسبة (٩٤,٥%) زيادة معدلات التوظيف، تلاها في المركز الثاني وبنسبة (٨٦%) تنمية وتنوع الاقتصاد، أما تمكين المسؤولية الاجتماعية فجاءت في المركز الثالث وبنسبة (٨٠%) تقريباً، تلاها في المركز الرابع تعزيز فاعلية الحكومة وبنسبة (٧٠%)، ثم تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية وبنسبة (٦٠%) تقريباً، وأخيراً (٥٤,٣%) لصالح تمكين حياة عامرة وصحية، وقد تتسق الرسالة الواحدة مع أكثر من أولوية، إلا أن الجدير بالملاحظة هو تفاوت الأولويات التي تركز عليها المؤسسات الحكومية تبعاً لنشاط المؤسسة، فعلى سبيل المثال: بعض الجهات ذات النشاط التعليمي والثقافي اتسقت مع محتوى الكثير من موادها مع أولوية تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية وزيادة معدلات التوظيف، بينما الجهات ذات النشاط الخدماتي اتسقت مع محتوى رسائلها مع أولويات تمكين حياة عامرة وصحية وتعزيز المسؤولية المجتمعية، بمعنى أن بعض الأولويات تتسق مع رسائل مؤسسات حكومية معينة أكثر من غيرها تبعاً لنشاط هذه المؤسسة.

- حيث أن بعض الجهات تمكنت من خلال المواد التي بثتها من التعبير عن إنجازاتها أو مهامها بأساليب بسيطة وسهلة التقبل لدى المشاهد.

بشكل عام يمكن القول إن ما تنتجه المؤسسات الحكومية من رسائل بمناسبة الاحتفال بالعيد الوطني تساهم بشكل كبير وفعال في تعزيز قيم المواطنة والترويج لأولويات الرؤية الوطنية، كما أن لها دوراً مهماً في التعريف بالمرور الثقافي والترويج السياحي وعرض المنجزات التنموية في البلاد.

جدول رقم (٤): التوزيع التكراري لاتساق نشاط المؤسسة الحكومية مع المحتوى المرئي

| أولويات | اتساق المحتوى مع نشاط المؤسسة | | الإجمالي |
|---------------------------------------|-------------------------------|------|----------|
| | لا يتسق | يتسق | |
| تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية | ١٣ | ٥٣ | ٦٦ |
| | ٢٠ | ٨٠ | ١٠٠ |
| تمكين حياة عامرة وصحية | ١١ | ٦٤ | ٧٥ |
| | ١٥ | ٨٥ | ١٠٠ |
| تنمية وتنوع الاقتصاد | ١ | ٢٢ | ٢٣ |
| | ٤ | ٩٦ | ١٠٠ |
| زيادة معدلات التوظيف | ١ | ٨ | ٩ |
| | ١١ | ٨٩ | ١٠٠ |
| تعزيز فاعلية الحكومة | ٤ | ٤٥ | ٤٩ |
| | ٨ | ٩٢ | ١٠٠ |
| تمكين المسؤولية الاجتماعية | ٨ | ٢٥ | ٣٣ |
| | ٢٤ | ٧٦ | ١٠٠ |
| الإجمالي | ٢٠ | ١٠١ | ١٢١ |
| | ١٧ | ٨٣ | ١٠٠ |

يتضح من بيانات الجدول أن معظم الرسائل تتسق مع الأنشطة وبنسبة تقارب (٧٧%)، والباقي لا يتسق مع تلك الأنشطة وبنسبة (٢٣%)، حيث اتضح وجود اتساق في أولويات الرؤية بشكل كبير مع الرسائل التي بثتها المؤسسات الحكومية بمناسبة الاحتفال بالعيد الوطني، وجاءت في مقدمتها وبنسبة (٨٥%) تمكين حياة عامرة وصحية، تلاها في المركز الثاني وبنسبة (٨٠%) تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية، أما تمكين تعزيز فاعلية الحكومة فجاءت في المركز الثالث وبنسبة (٩٢%) تقريباً، تلاها في المركز الرابع تمكين المسؤولية الاجتماعية وبنسبة (٧٦%)، ثم تنمية وتنوع الاقتصاد وبنسبة (٩٦%) تقريباً، وأخيراً (٨٩%) لصالح زيادة معدلات التوظيف، وقد تتسق الرسالة الواحدة مع أكثر من أولوية، إلا أن الجدير بالملاحظة هو تفاوت الأولويات التي

المؤسسات لطبيعة وسائل التواصل الاجتماعي وأنماط متابعتها من قبل المشاهدين وهو شيء إيجابي، وكانت أقل طرق العرض هي الأفلام القصيرة التي لم تتجاوز نسبتها (٢٪) فقط.

وتجدر الإشارة إلى الحرفية العالية في الرسائل من استخدام آليات التأثير على المشاهد في الصورة كاعتماد اللون الأخضر (لون العلم) في مكونات الصورة كما في الشكل (٥)، وفي الموسيقى كحاكاة لحن النشيد الوطني والأغاني الوطنية القديمة والحديثة كخلفية وأيضاً الرقصات (العرضة) التي أظهرت تنوع الثقافة الوطنية.

شكل (٥) يوضح الاعتماد على اللون الأخضر (لون العلم) في مكونات الصورة



جدول رقم (٨): التوزيع التكراري وفقاً لطبيعة الموضوعات

| التكرارات والنسب المئوية | | طبيعة الموضوعات |
|--------------------------|------|---------------------------|
| ك | % | |
| ٢٥ | ١٥,٢ | اجتماعي |
| ١٣ | ٧,٩ | سياسي |
| ٢ | ١,٢ | رياضي |
| ٤٧ | ٢٨,٧ | اقتصادي وتنموي |
| ١٠ | ٦,١ | عسكري وأمني |
| ٢٣ | ١٤,٠ | ثقافي وتعليمي |
| ٢٥ | ١٥,٢ | فعاليات احتفالية وترفيهية |
| ٥ | ٣,٠ | صحي |
| ٧ | ٤,٣ | سياحي |
| ٢ | ١,٢ | حقوقية |
| ٥ | ٣,٠ | بيئي |
| ١٦٤ | ١٠٠٪ | المجموع |

التساؤل الرابع: ما الأساليب الفنية المستخدمة في عرض القيم الوطنية في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

جدول رقم (٦): التوزيع التكراري وفقاً للأساليب الفنية

| التكرارات والنسب المئوية | | الأساليب الفنية |
|--------------------------|------|-------------------------------|
| ك | % | |
| ٥ | ٣,٠ | رسوم ثابتة |
| ٤ | ٢,٤ | صور ثابتة |
| ١٣٥ | ٨٢,٣ | فيديو |
| ٣ | ١,٨ | انفوجرافيك (الرسوم البيانية) |
| ١٧ | ١٠,٤ | موشن جرافيك (الرسوم المتحركة) |
| ١٦٤ | ١٠٠٪ | المجموع |

تشير بيانات الجدول أن أكثر الأساليب الفنية المستخدمة في عرض القيم الوطنية في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني هي الفيديوهات إذ بلغت نسبتهم (٨٢,٣٪) حيث تعتمد معظم الجهات الحكومية على الفيديو في رسائلها بمناسبة العيد الوطني، ومعظم الفيديوهات كانت على مستوى عالي من الاحترافية في مختلف الجوانب الفنية ومن حيث المضمون أيضاً، واعتقد أن الفيديو هو الخيار الأفضل في عرض المنجزات والثقافة الوطنية والتراث (بالصوت والصورة) وتضمينها قيم المواطنة وأولويات الرؤية الوطنية مقارنة بالصور والموشن جرافيك والانفوجرافيك، بمعنى أن قيم المواطنة وأولويات الرؤية الوطنية كانت أكثر ظهوراً في الفيديو مقارنة بالأشكال الفنية الأخرى نظراً لمميزات الفيديو مقارنة ببقية الأشكال الفنية، تلاها وبفارق كبير الموشن جرافيك بنسبة (١٠,٤٪)، واخيراً الانفوجرافيك بنسبة لا تتعدى (٢٪).

جدول رقم (٧): التوزيع التكراري وفقاً لطريقة عرض المحتوى المرئي

| التكرارات والنسب المئوية | | طريقة عرض المحتوى المرئي |
|--------------------------|------|--------------------------|
| ك | % | |
| ٣ | ١,٨ | أفلام قصيرة |
| ٣٦ | ٢٢,٠ | أغاني ورقصات |
| ٩١ | ٥٥,٥ | مقاطع فيديو |
| ٥ | ٣,٠ | حديث مباشر |
| ٢٩ | ١٧,٧ | لا ينطبق |
| ١٦٤ | ١٠٠٪ | المجموع |

كما تشير بيانات الجدول أن مقاطع الفيديو القصيرة والأغاني والرقصات هي الطرق الأكثر تكراراً في الرسائل التي بثتها المؤسسات الحكومية بنسب بلغت (٥٥,٥٪، ٢٢٪) بالترتيب، وبشكل عام فمعظم المواد قصيرة (من حيث المدة) وقد يعود ذلك إلى مراعاة هذه

تشير بيانات الجدول أن أغلب المواد المرزمة اعتمدت على الجانب العاطفي ربما لطبيعة المناسبة (الاحتفالية) بنسبة (٨١٪) تقريباً، بينما استطاعت بعض الجهات الدمج بين الأسلوبين العاطفي والعقلي في رسائلها من خلال عرض بعض المعلومات والأرقام عن إنجازاتها أو مراحل نشأتها وذلك بنسبة (١٥٪) تقريباً، وأخيراً ما يقارب من (٥٪) لصالح الاستمالات العقلانية فقط.

مناقشة نتائج الدراسة

- أوضحت النتائج أن أكثر القيم التي ركز عليها في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية خلال اليوم الوطني كانت تتمثل في إبراز المنجزات الوطنية والتأكيد على حب الوطن والولاء له وتتفق هذه النتائج مع دراسة كل (الحمدي، ٢٠٢١) التي توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تبين أنها تقوم بدور فعال في عرض القضايا الوطنية بوزن نسبي بلغ ٨٠,٠، ثم تساعد في تطوير وتنمية المجتمع في المرتبة الثانية بوزن نسبي بلغ ٧٩,٢، يليها تقدم معلومات مفيدة تفيد في تحقيق زيادة حب الوطن لدي الأفراد في المرتبة الثالثة بوزن نسبي بلغ ٧٨,٤، كما تتفق مع دراسة (الديجاني، ٢٠٢٢) التي توصلت إلى تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي تمثلت في الحفاظ على مكتسبات الوطن وتنميتها في تنمية المعرفة باحترام الملكية العامة، وتؤكد على أهمية الحفاظ على الآثار التاريخية والحضارية للمجتمع، وتنمية الوعي بأهمية المحافظة على الأماكن والمرافق العامة، وأهمية الحفاظ على منجزات الوطن.

- أوضحت النتائج اتساق قيم المواطنة في أغلب المحتوى المرئي مع نشاط مؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني وارتباط نوعية القيم التي تركز عليها الجهات باختلاف نشاطاتها، فعلى سبيل المثال تبين أن (تعزيز قيمة الاخوة بين المواطنين) تظهر بشكل أكبر في رسائل الجهات ذات النشاط الأمني والعسكري، بينما قيم الثقافة الوطنية والتراث والتاريخ تظهر في معظم رسائل الجهات ذات النشاط التثقيفي والسياحي، وهو الأمر نفسه مع النتائج المتعلقة بعدم وجود اتساق في أولويات الرؤية بشكل كبير مع الرسائل التي تنتها المؤسسات الحكومية بمناسبة الاحتفال بالعيد الوطني، وجاءت في مقدمتها وبنسبة (٩٤,٥٪) زيادة معدلات التوظيف، تلاها في المركز الثاني وبنسبة (٨٦٪) تنمية وتنوع الاقتصاد، أما تمكين المسؤولية الاجتماعية فجاءت في المركز الثالث وبنسبة (٨٠٪) تقريباً، تلاها في المركز الرابع تعزيز فاعلية الحكومة بنسبة (٧٠٪)، ثم تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية بنسبة (٦٠٪) وهو ما يفسر بأنه تتفاوت الأولويات التي تركز عليها المؤسسات الحكومية تبعاً لنشاط المؤسسة، فعلى سبيل المثال: بعض الجهات ذات النشاط التعليمي والتثقيفي اتساق محتوى الكثير من موادها مع أولوية تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية وزيادة معدلات التوظيف، بينما الجهات ذات النشاط الخدماتي اتساق محتوى رسائلها مع أولويات تمكين حياة عامرة وصحية وتعزيز المسؤولية المجتمعية، بمعنى أن بعض

تشير بيانات الجدول أعلاه رقم (٨) أن أكثر الموضوعات هي الموضوعات الاقتصادية والتنموية بنسبة تقارب (٢٩٪)، تلاها الموضوعات الاجتماعية بنسبة (١٥٪) تقريباً وكانت هذه الموضوعات تتنوع في الرسائل التي بثتها الجهات الحكومية - حيث أن بعض الجهات تمكنت من خلال المواد التي بثتها من التعبير عن إنجازاتها أو مهامها بأساليب بسيطة ورائعة وسهلة التقبل لدى المشاهد (قصيدة مغناة، نص أدبي باللهجة العامية، فكرة طريفة في سيناريو)، وعلى النقيض اقتصرت رسائل بعض الجهات ذات الطابع الديني على عرض لمقرها المزين بالإضاءة الخضراء بدون موسيقى، بينما جهات أخرى - ذات طابع ديني أيضاً - كوزارة الحج والعمرة كانت أكثر حرفية من خلال عرض أغنية (أنشودة- فيديو كليب) تعبر عن مهامها وإنجازاتها والاعتزاز الوطني بخدمة ضيوف الحرمين في قالب راقي يراعي طابعها الديني كما في الشكل التالي:

شكل (٦): يوضح الاعتزاز الوطني بخدمة ضيوف الحرمين



التساؤل الخامس: ما الاستمالات الموظفة لتعزيز المواطنة في المحتوى المرئي للمؤسسات الحكومية السعودية خلال اليوم الوطني؟

جدول رقم (٩): التوزيع التكراري وفقاً لنوع الاستمالات الموظفة في المحتوى

| نوع الاستمالات الموظفة في المحتوى | التكرارات والنسب المئوية | |
|-----------------------------------|--------------------------|------|
| | ك | % |
| عاطفي | ١٣٢ | ٨٠,٥ |
| عقلاني | ٨ | ٤,٩ |
| الاثنان معا | ٢٤ | ١٤,٦ |
| المجموع | ١٦٤ | ١٠٠٪ |

المراجع

- الأحمدي، عبد الله. (٢٠٢٢). "دراسة تحليلية لقيم المواطنة الرقمية في مواقع التواصل الاجتماعي لجامعة الملك عبد العزيز (تويتر نموذجاً)". مجلة كلية التربية. جامعة المنصورة، ١١٩(١)، ٤٤٧-٥٣٠.
- البراشدية، حفيظة؛ الظفري، سعيد سليمان. (٢٠١٨). "تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على قيم المواطنة لدى الشباب- دراسة متعددة التصاميم". مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس ٩(٢)، ١١-١٢٤.
- الحربي، على (٢٠١٦). "تصور مقترح لتنمية قيم المواطنة في مناهج العلوم لدى طلاب التعليم العام بالمملكة العربية السعودية". مجلة كلية التربية الأساسية للعلوم التربوية والإنسانية، ٢٧، ٣-٣٢.
- الحمدي، عبدالله (٢٠٢١). "تأثير المحتوى الإعلامي الجديد على اتجاهات المجتمع السعودي. المجلة العربية للإعلام والاتصال". الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٧، ١٤٧-١٩٨.
- الديجاني، ثامر (٢٠٢٢). "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الكويتي". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٨١، ٥٨١-٦٠٦.
- الزامل، الجوهرة. (٢٠١٧). "أثر تواصل الشباب السعودي في مواقع المجتمع الافتراضي على إكساب قيم المواطنة". مجلة جامعة الملك خالد للعلوم الإنسانية، ٢٥(٢)، ٣٢٣-٣٤٣.
- السعيد، حميد (٢٠١٩). "تعرف دور شبكات التواصل الاجتماعي على تعزيز أبعاد المواطنة". مجلة كلية التربية، ٤٣، ١١١-١٣١.
- السلمي، عبدالوهاب (٢٠٢٠). "أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى الشباب السعودي-دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة جدة". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٧٦، ٥٠٧-٥٤٥.
- الشعيلي، موسى. (٢٠٢١). "استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة جامعة السلطان قابوس وتأثيراتها على قيم المواطنة". المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية، ٢٠٩، ٢٤٦-٢٠٩.
- العتيبي، جراح بن فارس بن عبدالله (٢٠٢٢). "التعرض لمنصات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بقيم المواطنة الرقمية لدى السعوديين- دراسة مسحية". المجلة العربية للإعلام والاتصال، ٣٢، ١١-٦٦.
- العسيري، عبدالله (٢٠٢١). "دور المنصات الرقمية في تعزيز قيم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعات دراسة على طلاب الإعلام والاتصال بجامعة الملك خالد". المجلة العربية للإعلام والاتصال. الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٨، ٣١٧-٣٣٦.

الأولويات تتسق مع رسائل مؤسسات حكومية معينة أكثر من غيرها تبعاً لنشاط هذه المؤسسة، وهو ما يتفق أيضاً مع النتائج المتعلقة بأن معظم الرسائل تتسق مع الأنشطة بنسبة (٧٧٪)، والباقي لا يتسق مع تلك الأنشطة بنسبة (٢٣٪)، وهو ما يمكن تفسيره أيضاً في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية من حيث أن وسائل الإعلام مسؤولة ولديها التزامات تجاه المجتمع لكي تكتسب ثقة الجمهور، وتحصل على اعتبارها في المجتمع ومن الوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر وظائف سياسية، تعليمية وثقافية واقتصادية.

- أن مقاطع الفيديو القصيرة والأغاني والرقصات هي الطرق الأكثر تكراراً في الرسائل التي بثتها المؤسسات الحكومية ويعود ذلك إلى مراعاة هذه المؤسسات لطبيعة وسائل التواصل الاجتماعي وأنماط متابعتها من قبل المشاهدين وهو شيء إيجابي، وكانت أقل طرق العرض هي الأفلام القصيرة وتختلف هذه النتائج مع ما توصلت له دراسة (سيد، ٢٠٢٠) من حيث أن نوع الفيديوهات التي تعرضها إدارة الشئون المعنوية على تويتر احتل في الترتيب الأول أفلام بنسبة ٣٠,٣٪ وفي الترتيب الثاني اللقاءات والأنشطة الخاصة بالقوات المسلحة بنسبة ٢٨,٦٪ وفي الترتيب الثالث مواد مصورة بنسبة ٢٢,٦٪ وفي الترتيب الرابع أغاني وطنية بنسبة ١٨,٦٪.

- تم التركيز على الجانب العاطفي في الفيديوهات محل الدراسة وذلك يمكن تفسيره لطبيعة المناسبة (الاحتفالية) بنسبة (٨١٪)، بينما استطاعت بعض الجهات الدمج بين الأسلوبين العاطفي والعقلي في رسائلها من خلال عرض بعض المعلومات والأرقام عن إنجازاتها أو مراحل نشأتها.

توصيات الدراسة

- وجود لجنة إعلامية لتقييم وتطوير ما يتم بثه من رسائل مرئية من حيث المحتوى وطريقة العرض التي تتعلق بالمواطنة كأحد الركائز التي تدعم تماسك المجتمع وهو ما أكدته الدراسات السابقة من قوة تأثير هذه المنصات الاجتماعية على المواطنة كمفهوم قومي وممارسة فعلية.
- ضرورة الاهتمام بتعليقات الجمهور عبر مختلف المنصات على ما يتم إنتاجه فمثلاً أثار المقطع تفاعلاً واسعاً على تويتر إذ أعرب عدد من المغردين عن إعجابهم بمشاركة مجندات في الأمن السعودي في الاستعراض الذي قدم للاحتفال باليوم الوطني واصفين إياهن بـ "حماة الوطن" وهو ما يتطلب تفعيل مشاركة المرأة السعودية في المحتوى المرئي التي ترسخ للمواطنة.
- استثمار مواقع التواصل الاجتماعي في تعريف الأجيال الجديدة بتاريخ وطنهم وأصالته وكيفية الحفاظ عليه.
- إجراء مزيد من الدراسات العلمية على مواقع التواصل الاجتماعي والفروق فيما بينها في ترسيخ مفهوم المواطنة نظراً لأهميتها للمجتمع وتماسكه.

- المقدادي، خالد (٢٠١٣). " ثورة الشبكات الاجتماعية". الأردن: دار النفائس للنشر.
- باعمر، ديانة (٢٠٢٢). " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية". مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٨، ٢٧١-٣٢٠.
- بوشلاغم، حنان (٢٠١٦). " دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز وترسيخ قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي - دراسة ميدانية لعينة من الطلبة المستخدمين لموقع الفيسبوك بجامعة جيجل". مجلة دفاتر المخبر، ١٧، ١٧١-١٩٠.
- جندي، نهلة (٢٠٢١). " مفهوم المواطنة والأسس التي تقوم عليها في المانيا ومصر - دراسة مقارنة". مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، ٤، ٥٨٥-٦٢٢.
- سيد، أحمد عبد الناصر (٢٠٢٠). " دور مقاطع فيديو إدارة الشؤون المعنوية في تشكيل الصورة المدركة لوزارة الدفاع المصرية ودعم المواطنة لدى الجمهور: دراسة تطبيقية". المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. جامعة جنوب الوادي - كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ٧، ٦٠-٨٩.
- صفرار، عبدالله (٢٠١٧). " دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب الجامعي العماني". رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الإعلام - كلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط.
- عبد الحميد، محمد. (٢٠٠٠). " نظريات الإعلام واتجاهات التأثير". الطبعة الثانية. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الحي، رشا (٢٠١٨). " المواطنة على ضوء الحماية الدولية للحقوق والحريات". الملتقى الدولي السنوي للبحث العلمي: التربية على المواطنة وحقوق الإنسان. مركز جيل للبحث العلمي طرابلس.
- عكروف، إيمان (٢٠٢١). " الشباب وقيم المواطنة مفاهيمها وأهميتها وأبعادها في المجتمع". مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ١٢(١)، ٨٢-١٠٣.
- عبدالهادي، صبري. (٢٠٢٠). " شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي - دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية، ٥٧، ٧٦٧-٨٠٦.
- عواج، سامية. (٢٠٢٠). " التشبيك الاجتماعي وتأثيره على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري". مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ١٢(١)، ١٧٥-١٨٦.
- عبشور، كززة (٢٠١٢). " دور الإذاعة المحلية في نشر ثقافة المواطنة لدى المرأة الجزائرية العاملة". رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، الجزائر.
- غباشي، نيفين أحمد. (٢٠٢٢). " واقع المواطنة الرقمية للشباب الجامعي في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠: دراسة ميدانية". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ٨١، ٤٥١-٥٣٥.
- كنسارة، حسن. (٢٠٢١). " دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز قيم المواطنة الصالحة لدى المواطن السعودي". مجلة القلم، ٢٧، ٢٨٥-٣٠٨.
- ابن منظور، جمال الدين (١٩٨٩). " لسان العرب". بيروت، دار صادر.
- منصر، خالد (٢٠١٨). " دور مواقع الشبكات الاجتماعية في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري". رسالة دكتوراه غير منشورة. قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة ١، الجزائر.
- وثيقة رؤية المملكة ٢٠٣٠. ١٢-٧٩. <https://www.vision2030.gov.sa/ar/v2030/overview>
- المراجع الاجنبية
- Gagrcin, E. (2022). What Makes a Good Citizen On-line? The Emergence of Discursive Citizenship Norms in Social Media Environments. *Social Media + Society*, January-March , 1–11.
- Global Media Insight. (17 Jun 2022). Saudi Arabia Social Media Statistics 2022 <https://www.globalmediainsight.com/blog/saudi-arabia-social-media-statistics/#smsa>
- Guo, L.& Chen , H. (2022). The Impact of Social Media on Civic Engagement in China: The Moderating Role of Citizenship Norms in the Citizen Communication Mediation Model. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 99(4), 980–1004.
- Kemp, S. (26 January 2023). Digital 2023: Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>
- Mossberger, K . (2008). Toward digital citizenship: Addressing inequality in the information age. Routledge handbook of Internet politics.
- Russmann, U. & Svensson, J. (2017). Introduction to Visual Communication in the Age of Social Media: Conceptual, Theoretical and Methodological Challenges. *Media and Communication*, 5(4), 1-5.
- Saputra, M.& Siddiq, I. (2020). Social Media and Digital Citizenship: The Urgency of Digital Literacy in the Middle of a Disrupted Society Era. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 15(7), 156-161.